

Plan d'exploitation pour les médias spécialisés CSFO

(Version abrégée)

- Revue Panorama
- ActualitésFPr
- Bulletin
- Communications/ZID

Projet MOBILE



Peter Knutti
Bettina Hübscher

14 juillet 2008

Sommaire

Avant-propos.....	3
1 Situation initiale, mission et objectif	4
2 Gestion et exploitation des médias spécialisés du CSFO jusqu'à présent	6
3 Résultats de l'analyse SWOT concernant les médias spécialisés du CSFO	8
4 Future orientation des médias spécialisés du CSFO.....	10
4.1 Objectifs du plan d'exploitation du CSFO	10
4.2 Recommandation pour le perfectionnement des médias spécialisés du CSFO	12
4.3 Nouvelle structuration des médias spécialisés	14
4.3.1 Introduction, aperçu des nouvelles structures et généralités	14
4.3.2 Bulletin d'information électronique „Newsletter“	16
4.3.3 Revue spécialisée	21
4.4 Standards de l'information.....	24
4.5 Réalisation par étapes.....	25
4.6 Organisation de la rédaction spécialisée	25
4.6.1 Organigramme de la rédaction spécialisée du CSFO.....	27
4.7 Conditions de production.....	30
4.7.1 Corporate Identity(CI) et corporate design(CD)	30
4.7.2 Marketing	30
4.7.3 Dénomination.....	30
5 Finances.....	31
6 Sources	33
Annexes	34
Annexe 1: Composition des groupes de travail	34
Annexe 2 : Planification temporelle du projet MOBILE	35

Avant-propos

Le titre du projet – MOBILE – a été très précisément choisi pour démontrer la nécessité de tous les éléments, leur complémentarité et le soutien entre eux, pour qu'un ensemble stable puisse voir le jour.

Nous avons décidé de procéder à un inventaire soigné. Le modèle doit être bâti sur une base solide et nous nous sommes penchés sur le projet avec de nombreuses personnes impliquées. Ce plan d'exploitation se base sur leur expérience, leurs propositions et spécialement sur les excellents médias existants, qui ont fait leurs preuves dans la pratique. Il n'a pas été simple de réunir les différentes idées et attentes sous un même toit, tout en respectant la sensibilité des personnes, dont le travail est impliqué dans le plan d'exploitation.

Notre proposition consiste à poursuivre le travail avec les moyens d'information existants de manière pragmatique et avec des conditions modifiées. Toutefois, ce qui paraît simple n'est pas toujours le chemin le plus aisé. Nous nous sommes en tous cas appliqués à produire un plan conséquent, courageux et tourné vers l'avenir, car il s'agit de déterminer, de quels instruments les domaines de la formation professionnelle, du marché du travail et du conseil en orientation veulent se doter.

Je remercie toutes les personnes qui ont collaboré et se sont engagées au développement de ce projet. J'adresse un merci particulier à Bettina Hübscher, qui m'a aidé à le conduire à travers les hauts et les bas jusqu'à sa destination, c'est-à-dire jusqu'au plan d'exploitation.

Peter Knutti

1 Situation initiale, mission et objectif

Le Centre suisse de services Formation professionnelle, orientation professionnelle, universitaire et de carrière (CSFO) a été créé en 2007, permettant ainsi de regrouper et de réorienter les pouvoirs des moyens d'information de l'orientation professionnelle, universitaire et de carrière ainsi que partiellement aussi sur le marché du travail. Le présent plan d'exploitation pour les médias spécialisés a pour but de fournir les bases décisionnelles nécessaires à la nouvelle conception projetée.

La mission consiste à élaborer une nouvelle conception pour transférer les moyens d'information existants dans une nouvelle structure CSFO. Il convient dès lors de créer des synergies ainsi que d'examiner et d'optimiser ce qui existe déjà. La nouvelle structure ne doit pas engendrer de frais, à moins que de nouvelles prestations voient le jour au cours du projet et répondent réellement à un besoin.

Avec l'intégration des services d'information ASOSP, ASOU, CLPO / CSFP et CIIP, les médias spécialisés suivants sont regroupés sous un même toit :

- Actualités *FPr* / *bbaktuell* (D+F)
- Bulletin (D+F) (ancien bulletin ASOSP)
- Panorama (D+F)
- Communications (D) et ZID (Service d'information journalistique) (ancien bulletin ASOU ET ASOU-ZID)
- Autres éventuels

Jusqu'à présent, ces médias avaient des responsables, des producteurs et des groupes d'utilisateurs différents qui se recoupaient réciproquement.

Dans les années 2007 et 2008, les médias spécialisés cités vont encore paraître sous le toit commun du CSFO et dans un cadre identique, en partie sous leur ancien nom ou sous une appellation légèrement modifiée. Dès 2009, l'on devra disposer d'un système établi intégrant les médias existants. Il conviendra de garantir la qualité des services et d'offrir un cadre familier aux utilisateurs. Un système mixte de recherche individuelle et de distribution sélective (Push- and Pull) ainsi que d'offres de médias imprimés et électroniques doit permettre de couvrir les besoins de ceux et celles qui utilisaient jusqu'à présent l'un ou l'autre seulement des médias disponibles.

Les groupes cibles résultent de ceux visés jusqu'ici par les divers médias individuels. Il s'agit essentiellement de spécialistes des domaines suivants:

Formation professionnelle

- Offices de la formation professionnelle
- Écoles professionnelles spécialisées / Passerelles
- Centres de formation (hors entreprise, formation continue à des fins professionnelles)
- Organisations du monde du travail

Conseils

- Orientation professionnelle et de carrière, information et documentation
- Orientation universitaire, information et documentation

Marché du travail

- Autorités du marché du travail (ORP, services LMMT, autorités cantonales, SECO)
- Conseils, information et documentation sur le marché du travail

Autres

- Médias
- Sciences et recherche

Le présent plan d'exploitation pour les médias spécialisés résulte d'une analyse des structures et de l'organisation des divers moyens d'information. Il s'appuie sur diverses études de base et évaluations, les résultats d'enquêtes auprès d'experts et d'expertes ainsi que sur le travail de développement réalisé par le groupe de projet.

Pour élaborer une nouvelle structure dans le domaine de la documentation spécialisée, il convient de procéder à diverses clarifications sur la base de conditions-cadre existantes:

- Définition des formats (imprimés, médias électroniques, périodicité)
- Clarification des structures (éditeur, collectivité responsable, etc.)
- Définition des ressources humaines et financières. Les actuels éditeurs et responsables du financement doivent être tant intégrés dans la phase de planification du nouveau système que dans sa mise en œuvre.
- Garantie de la continuité des divers services d'information.
- Il faut intégrer d'autres médias importants fournissant des informations apparentées dans la phase de réflexion, p. ex. Folio FPS en relation avec la revue Panorama. Il convient surtout d'harmoniser le système avec la documentation électronique dans le cadre de bb.ch. Cela vaut également pour la banque de données IDES de la CDIP.
- Il faut tenir compte des besoins et des publications déjà existantes dans les régions linguistiques et les cantons.
- Il faut rechercher tant la parfaite harmonie entre recherche individuelle et distribution sélective (Push- and Pull) qu'entre médias imprimés et électroniques. Pour cela, il convient de tenir compte comme il se doit des aspects de l'économie de marché des formes de médiation (abonnements, annonces).
- Le système doit traiter tous les domaines (formation professionnelle, orientation professionnelle, universitaire et de carrière, marché du travail), et il convient donc d'intégrer des représentants et représentantes de tous ces domaines dans la phase de planification.
- La phase de planification du nouveau système doit tenir compte des expériences acquises jusqu'à présent dans la production des divers médias.

2 Gestion et exploitation des médias spécialisés du CSFO jusqu'à présent

Les médias spécialisés tels que bbaktuell/ActualitésFPr, Panorama, Bulletin, Communications et Service d'information journalistique ZID sont nés indépendamment les uns des autres et disposent d'une structure autonome.

Les principaux médias spécialisés traités en priorité dans le présent rapport sont indispensables en tant qu'information et documentation au travail quotidien des spécialistes des domaines de la formation professionnelle, du marché du travail, de l'orientation professionnelle, universitaire et de carrière. Ils offrent une large palette d'actualités que d'informations de base approfondies.

Média spécialisé	Public cible	Langue	Édition	Périodicité	Format	Sujets
bbaktuell/ ActualitésFPr www.bbaktuell.ch www.afpr.ch	Information pour les spécialistes de la formation professionnelle de la Confédération et des cantons, OrTra, Sec. I/II, Hautes écoles, Offres de formation, passerelles, orientation professionnelle et de carrière, organismes sociaux, recherche, politiciens et politiciennes, autres personnes intéressées, journalistes	D/F	5000 (env. 10 000 lecteurs)	23x/an	Courriel, Internet, PDF	Nouvelles de la formation professionnelle et de l'orientation professionnelle
Panorama www.panorama.ch	Spécialistes de la formation professionnelle, de l'orientation professionnelle, du marché du travail	D/F	3800	6x/an	Imprimés et Internet	Informations de base pour la formation professionnelle, la recherche en formation professionnelle, l'orientation professionnelle et le marché du travail
Bulletin	Spécialistes de la formation professionnelle, personnes à la recherche d'informations et de conseils, membres du corps enseignant du cycle sec. I	D/F	900 + 200	9x/an	Imprimés Internet + documents externes	Informations sur les nouveaux médias, nouveautés dans la formation professionnelle, communications de divers organes, informations de base pour l'orientation professionnelle, la formation professionnelle et le marché du travail
Communications	Spécialistes de l'orientation universitaire	D, divers doc. F	180	10x/an	Imprimés, en partie courriels, documents externes	Communications concernant le domaine de la formation, les Hautes écoles,

						nouveautés quant aux changements dans les filières de formation des Hautes écoles
ZID	Spécialistes de l'orientation universitaire	D	50	10x/an	Imprimés et courriels internes	Revue de presse sur la politique de formation, informations sur les Hautes écoles

Autres médias

Divers médias importants

- Envoi cantonal concernant la formation professionnelle CSFP
- Newsletter de Swissdoc

Sites Internet

- eDoc : système de documentation et d'information par voie électronique
- www.csfo.ch / Portail en ligne
- www.formationprof.ch
- www.berufsbildung.ch (fusion avec www.dbk.ch / été 08)
- www.csfo.ch
- www.csfp.ch

3 Résultats de l'analyse SWOT concernant les médias spécialisés du CSFO

La représentation suivante montre, d'une part, comment les points forts des divers médias peuvent être exploités, afin de saisir les chances qui se présentent.

D'autre part, l'analyse montre dans quelle mesure les chances qui se présentent peuvent être saisies, afin de lutter contre les points faibles existants.

Les risques survenant lors des développements sont analysés en fonction des points forts. L'on examine dans quelle mesure il est possible de réduire les risques, et quels points faibles représentent un risque majeur.

bbaktuell / ActualitésFPr www.bbaktuell.ch www.afpr.ch	Analyse SWOT	Points forts	Points faibles
	Chances	<ul style="list-style-type: none"> • Média d'information central et établi de la formation professionnelle pour tous les spécialistes de la formation professionnelle et de l'orientation universitaire. • La combinaison avec la revue Panorama ainsi que la complémentarité avec des informations approfondies et les archives forment un produit complet. 	<ul style="list-style-type: none"> • Média non axé sur le marché du travail, ou uniquement de façon marginale.
	Risques	<ul style="list-style-type: none"> • Trouver l'équilibre entre requêtes d'ordre journalistique et information des entreprises, resp. décision pour une tendance ou une autre. • L'orientation vers trois publics cibles risque de donner un profil indéfini. 	<ul style="list-style-type: none"> • La forme de la Newsletter électronique entraîne le risque de non-observation.

Panorama www.panorama.ch	Analyse SWOT	Points forts	Points faibles
	Chances	<ul style="list-style-type: none"> • Extension du compte rendu systématique sur la recherche et le développement dans trois domaines spécialisés (transfert de savoir). • Exploitation du bon réseau de correspondants et de la disponibilité élevée des gens à coopérer. • Extension des services dans le domaine de la vente. • Haute qualité journalistique. 	<ul style="list-style-type: none"> • Des cahiers thématiques et/ou des éditions spéciales renforcent l'attrait auprès des lecteurs et des annonceurs. • Augmentation du tirage dans le but de couvrir largement les scènes des spécialistes dans les trois domaines. • Utilisation des possibilités du service à la clientèle dans le cadre de la vente. • Renforcement des articles d'opinion et de discussion. • Amélioration de la conception et du graphisme.
	Risques	<ul style="list-style-type: none"> • Ancrage précaire en tant que revue spécialisée reconnue par les responsables des organes cantonaux et les formateurs dans les entreprises, dans le 	<ul style="list-style-type: none"> • Le faible volume, la limitation à six numéros par an et l'orientation sur trois domaines spécialisés conduit à un sous-approvisionnement des spécialistes dans leur domaine d'origine. • Nécessité d'optimiser les processus de

		<p>domaine de l'orientation professionnelle, du marché du travail et de la formation professionnelle.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Risque de réduction successive et de disparition lente contré par: <ul style="list-style-type: none"> ○ qualité journalistique élevée; ○ intégration réussie des trois domaines spécialisés dans une revue spécialisée de conception cohérente. 	production.
--	--	--	-------------

Bulletin	Analyse SWOT	Points forts	Points faibles
	Chances	<ul style="list-style-type: none"> • Des éléments existants peuvent être bien intégrés dans les autres médias tels que Newsletter, Panorama, Extranet avec eDoc et Internet. • Regroupement faisable de la recherche individuelle et de la distribution sélective (Push- and Pull) en une construction logique. • L'intégration éviterait des chevauchements. 	<ul style="list-style-type: none"> • Maîtrise de l'impression de pêle-mêle et développement d'une structure adéquate pour le traitement et la diffusion des informations.
	Risques	<ul style="list-style-type: none"> • Poursuite en tant qu'imprimé et non en tant que solution électronique moderne. • Perte des recettes d'encarts 	<ul style="list-style-type: none"> • Perte de la position de média traditionnel au profil autonome pour les spécialistes de l'orientation professionnelle. • Perte de la forme compacte conforme aux besoins contenant les informations nécessaires à la profession.

Communications / ZID	Analyse SWOT	Points forts	Points faibles
	Chances	<ul style="list-style-type: none"> • Des éléments existants peuvent être bien intégrés dans les autres médias tels que Newsletter, Panorama, Extranet avec eDoc et Internet. • L'intégration éviterait des chevauchements. 	<ul style="list-style-type: none"> • Meilleure utilisation des médias électroniques, intégration dans Extranet (eDoc) et Internet.
	Risques	<ul style="list-style-type: none"> • Poursuite en tant qu'imprimé et non en tant que solution électronique moderne. • Problème de droits d'auteur ZID empêche l'archivage d'articles de revues • Perte des recettes d'abonnements. 	<ul style="list-style-type: none"> • Perte de la position de média traditionnel au profil autonome pour les spécialistes de l'orientation professionnelle. • Perte de la forme compacte conforme aux besoins contenant les informations nécessaires à la profession

4 Future orientation des médias spécialisés du CSFO

4.1 Objectifs du plan d'exploitation du CSFO

La documentation spécialisée du CSFO s'appuie sur les médias spécialisés Panorama, bbaktuell / ActualitésFPr, Bulletin et Communications. Elle doit être mise à disposition dans le nouveau système avec la même qualité que jusqu'à présent. Elle est conçue pour des spécialistes dans le domaine du marché du travail, de la formation professionnelle de base et du perfectionnement ainsi que de l'orientation professionnelle, universitaire et de carrière. Elle les informe de manière compétente, complète, régulière et selon l'état actuel des connaissances correspondantes. Les médias spécialisés sont faciles d'accès dans le cadre d'un système de recherche individuelle et de distribution sélective (Push and Pull). Grâce à un bulletin d'information électronique et à une revue spécialisée imprimée, elle offre une combinaison optimale de divers types de médias et de canaux d'information. Tous les médias sont produits en langue française et allemande.

Les futurs médias spécialisés s'adressent aux professionnels des domaines du marché du travail, de la formation professionnelle et de l'orientation professionnelle, universitaire et de carrière ainsi qu'aux ressorts apparentés.

Marché du travail

- Offices du marché du travail (ORP, services LMMT, autorités cantonales, SECO)
- Conseil, information et documentation dans le domaine du marché du travail

Formation professionnelle

- Confédération
- Offices cantonaux de la formation professionnelle et du secondaire II
- Ecoles professionnelles / Offres passerelles
- Centres de formation (cours interentreprises, formation continue axée sur la pratique)
- Organisations du monde du travail
- Enseignants, directions d'écoles du secondaire I et II
- Hautes écoles
- Offres de formation de transition de niveau secondaire I/II, passerelles

Orientation

- Orientation professionnelle et de carrière, domaines conseil, information et documentation
- Orientation universitaire, information et documentation
- Enseignants du secondaire I et II

Autres

- Médias

- Sciences et recherche
- Politiciens/ennes
- Autres personnes intéressées

Au niveau du contenu, les médias spécialisés doivent remplir les conditions suivantes :

- Ils doivent être publiés dans la même qualité que les moyens d'informations existants
- L'information et la documentation régulière, fiable, actuelle et complète des spécialistes est garantie
- Les médias paraissent en deux langues : en allemand et en français
- Un système global, composé de médias complémentaires est instauré. Il est caractérisé par la combinaison d'informations courtes et rapides avec des articles de fond.
- Il y a deux médias centraux
 - Une newsletter électronique bimensuelle (au moins 20 fois par année)
 - Une revue spécialisée mensuelle (10 fois par an)
- Tous les médias sont tournés et se développent en direction des publics cibles « marché du travail », « formation professionnelle » et « orientation professionnelle universitaire et de carrière », comme c'était le cas avec la revue Panorama.
- La newsletter est basée sur le concept d'ActualitésFPr.
- L'information et la documentation régulière et fiable des spécialistes, comme c'était le cas avec le bulletin et les « Mitteilungen » est garantie.
- Le rythme de parution du bulletin et des « Mitteilungen » est appliqué à la revue spécialisée
- Les deux moyens d'information, la revue spécialisée et la newsletter, peuvent-être complétées par des annexes électroniques internes ou externes au CSFO
- Les services de la confédération, les conférences des cantons et le CSFO peuvent pratiquer de la communication d'entreprise dans la nouvelle newsletter. Leur propre rubrique permet d'informer le public cible de manière illimitée et selon les besoins spécifiques.
- La rédaction des médias spécialisés est intégrée de manière structurelle au CSFO, partenaire des mandataires et consommateurs que sont la confédération et les cantons.
- Cette intégration dans le CSFO tient compte de la corrélation entre publics cibles, responsables de différents médias et la multiplicité des langues. D'autre part, le principe des moyens d'informations actuels, le bulletin et les « Mitteilungen » peut être reconduit.
- La rédaction est composée de rédacteurs engagés au CSFO et d'indépendants. La base de leur travail est un statut de rédaction.
- Les systèmes de documentation et de communications existants (Swissdoc, eDoc ainsi que www.formationprof.ch et www.orientation.ch) sont intégrés au concept.
- La revue spécialisée est envoyée dans des enveloppes. Les annexes varient selon le public cible, ce qui garantit aux acquéreurs un approvisionnement en information idéal.

4.2 Recommandation pour le perfectionnement des médias spécialisés du CSFO

Modèle du MOBILE

Pour la deuxième partie du plan d'exploitation, l'on va utiliser un mobile comme modèle. Celui-ci représente, d'une part, un objet ludique, faisant penser à ceux accrochés au-dessus des lits d'enfants. Il est multicolore, attrayant et toujours en mouvement, offrant satisfaction à la curiosité de l'enfant.



Il peut être utilisé aussi pour représenter un système, telle la présente illustration du domaine des sciences naturelles.

Les chercheurs utilisent le mobile pour représenter un système nerveux.

„Un mobile représente un exemple simple de réseau, où les divers composants sont reliés entre eux. “ (Source: Institut Max-Planck pour la dynamique et la propre organisation).

D'autre part, le mobile peut aussi être vu comme le symbole du nouveau système de documentation spécialisée du CSFO. Un organisme de référence propre toujours en mouvement, où le changement d'un seul composant se répercute sur tous les autres. Cela signifie également que dans le sens d'un modèle de médias croisés, chaque composant doit être parfaitement en harmonie avec les autres, afin de garantir les synergies espérées et le maintien de la haute qualité des médias spécialisés fournie jusqu'à présent. Dans leur multiplicité et leur complexité, les médias d'information actuels offrent de multiples combinaisons possibles.

Médias spécialisés du CSFO – Modèle du mobile

Newsletter pour tous les domaines			
News-letter	Édition surtout axée sur le marché du travail	Édition surtout axée sur la formation prof.	Édition surtout axée sur les conseils
Tous les 15 jours	Actualités	Actualités	Actualités
Mise en ligne sur le site Internet			
Rubriques des institutions / autorités			
	SECO AOST (cantons)	OFFT CSFP (cantons)	CDOPU (cantons)
Revue spécialisée			
Point fort développé dans chaque numéro			
	Rubrique permanente Partie Services	Rubrique permanente Partie Services	Rubrique permanente Partie Services
10 éditions			
Annexes (à la revue)	Annexes externes	Annexes externes	Annexes externes
Groupes cibles	Marché du travail	Formation professionnelle	Orientation prof., universitaire et de carrière

Archivage : résolu par interface IDES/eDoc

4.3 Nouvelle structuration des médias spécialisés

4.3.1 Introduction, aperçu des nouvelles structures et généralités

Concernant la conception concrète des médias, des questions pendantes de diverses natures sont apparues durant le processus d'élaboration du plan d'exploitation, surtout en ce qui concerne leur périodicité et leur forme. Les membres du groupe de projet n'étaient ainsi pas d'accord sur le rythme de parution, tant pour la revue spécialisée que pour le bulletin d'information électronique "Newsletter". Certains étaient d'avis que des Newsletters séparées par domaine pourraient mieux satisfaire les besoins des lecteurs. Toutefois, après analyse des bases existantes et des discussions avec des spécialistes, ainsi que pour des raisons d'uniformisation, la direction du projet a proposé un rythme de parution tous les 15 jours d'une Newsletter électronique.

Il y aura donc désormais **deux médias essentiels**: un bulletin sous forme de **Newsletter** électronique et une **revue spécialisée** imprimée.

Ces deux principaux médias constitue le toit sous lequel seront offertes toutes les informations concernant les trois domaines que sont le marché du travail, la formation professionnelle et l'orientation professionnelle, universitaire et de carrière. Cet ordre part de la logique que dans ce domaine, tout tourne autour du marché du travail et des qualifications requises pour le monde du travail: la formation professionnelle et les conseils en tant que fournisseurs, les questions sur le marché du travail comme débat sur les structures et les questions liées à l'application de la législation sur le chômage, aux marchés primaire et secondaire du travail, à la recherche d'un emploi et au placement. Qu'il s'agisse de la Newsletter ou de la revue spécialisée, il existe ces trois points forts axés sur les besoins spécifiques des spécialistes issus des domaines e des organismes correspondants (surtout au niveau de la Confédération et des cantons).

Les contenus „internes“ tels que les mutations de personnel et les éloges peuvent tant faire partie de la nouvelle revue spécialisée que de la Newsletter. L'avantage de cette dernière est de pouvoir diffuser des informations plus longues grâce au format pdf. L'avantage de l'intégration des contenus "internes" dans la revue spécialisée serait le renforcement de cette dernière.

Sujets et contenus des médias spécialisés

Le relevé suivant des sujets devant être couverts résulte de la gamme des sujets couverts par les médias existant jusqu'à présent.

Domaine du marché du travail:

- Informations concernant les marchés du travail primaire et secondaire, de l'application de la Loi sur l'assurance-chômage ainsi que des domaines „Recherche d'emplois“ et „Conseils et placement“.
- Informations sur l'insertion professionnelle et l'assurance-invalidité.

Domaine de la formation professionnelle:

- Politique de la formation professionnelle et législation au niveau des cantons et de la Confédération
- Formation professionnelle de base et professions: nouveautés, processus d'élaboration des ordonnances professionnelles, nouveaux examens professionnels, examens professionnels supérieurs, domaine des Hautes écoles spécialisées
- Informations sur la scolarité obligatoire et le passage aux cycles secondaires I et II
- Informations sur le financement de la formation continue et du perfectionnement

- Réglementations de l'accès à la formation professionnelle de base
- Communications de l'OrTra, de l'économie ainsi que des associations de travailleurs et d'employeurs

Domaine de l'orientation professionnelle, universitaire et de carrière:

- Formation professionnelle de base et professions: nouveautés, processus d'élaboration des ordonnances professionnelles, nouveaux examens professionnels, examens professionnels supérieurs, domaine des Hautes écoles spécialisées
- Nouvelles formations dispensées par des offreurs reconnus et privés
- Projets dans le domaine de la formation professionnelle, des offres de passerelles et des projets des hautes écoles
- Informations sur les sujets: les jeunes et le travail, le choix d'un métier, le choix des études, les études, le marché du travail
- Politique des hautes écoles, législation, processus de Bologne
- Informations sur la pédagogie, la didactique et la psychologie, le diagnostic
- Réglementations de l'accès à la formation professionnelle de base
- Informations sur la scolarité obligatoire
- Offres de perfectionnement pour adultes
- Nouveautés et changements dans les offres d'études des hautes écoles spécialisées et des universités
- Réglementations de l'accès aux filières de formation tertiaires

Aperçu des formats et de la périodicité

Média	Format	Périodicité
Newsletter électronique (nom à définir) Nouveautés des domaines suivants: Marché du travail Formation professionnelle Orientation professionnelle, universitaire et de carrière	1. Courriel 2. Sites Internet et Extranet avec: Archives, RSS-Feeds, Blogs, cas échéant Podcasts Liens vers: www.berufsberatung.ch , www.berufsbildung.ch eDoc et www.treffpunkt-arbeit.ch	tous les 15 jours
Revue spécialisée (nom à définir) Revue spécialisée traitant des domaines suivants: marché du travail, formation professionnelle et Hautes écoles, orientation professionnelle, universitaire et de carrière	1. Imprimés Points forts thématiques Rubriques permanentes Annexes Éditions spéciales 2. Sites Internet et Extranet avec: Archives, RSS-Feeds, Blogs, cas échéant Podcasts Liens vers : www.berufsberatung.ch , www.berufsbildung.ch eDoc	10 fois par an parution occasionnelle

4.3.2 Bulletin d'information électronique „Newsletter“

La nouveauté est que les contenus de l'ancien bulletin ASOSP, des communications ASOU et de l'ancien bbaktuell / ActualitésFPPr sont regroupés sous un même toit et proposés par le biais de la Newsletter électronique et de la revue spécialisée. Désormais, l'on propose également des nouveautés du domaine du marché du travail.

Ladite Newsletter se compose d'un envoi par courriel et d'un propre site Internet ou d'un sous-domaine de site existant (p. ex. www.sdbb.ch) et a pour but d'informer et de documenter les spécialistes de manière rapide, efficace et actuelle sur des développements importants. Pour les informations de fonds et les débats, la revue spécialisée demeure le média approprié.

Dans la suite de ce chapitre, l'on va parler de domaines. Il s'agit en fait des trois champs d'activités suivants : marché du travail, formation professionnelle et orientation professionnelle, universitaire et de carrière. Il y aura à l'avenir **une Newsletter pour les trois domaines**, compte tenu du fait que la Newsletter sera conçue de telle sorte que les spécialistes de chaque domaine recevront en premier lieu des informations sur leur propre domaine, alors que celles qui concernent les autres domaines sont indiquées uniquement sous forme de titres, sur lesquels il suffit alors de cliquer pour faire apparaître les informations y afférentes. Il y aura donc à l'avenir trois domaines pour la nouvelle Newsletter: un pour les spécialistes du marché du travail, un pour ceux de la formation professionnelle et, enfin, un troisième pour ceux de l'orientation professionnelle, universitaire et de carrière. Ainsi, par exemple, une spécialiste de l'information et de la documentation du domaine de l'orientation professionnelle, universitaire et de carrière recevra une Newsletter, par laquelle elle aura tous les 15 jours des nouvelles de son domaine. Si elle veut ou doit s'informer sur les nouveautés dans les autres domaines de la formation professionnelle ou du marché du travail, elle n'aura qu'à cliquer sur le titre correspondant. Sur le plan du contenu, il n'est pas nécessaire que les sous-domaines respectifs de la Newsletter soient structurés de la même manière. Ici, les responsables ont la liberté de les concevoir de manière judicieuse pour le public cible concerné et de développer ce qui aura fait ses preuves. Étant donné que les offices fédéraux, mais aussi les cantons, possèdent déjà leurs propres canaux de communication internes, il convient de clarifier quel type de nouvelles paraîtra dans la Newsletter, et sous quelle forme, ainsi que la portée des prestations de service vis-à-vis de ces institutions.

Conception de la Newsletter

Ladite Newsletter paraît tous les 15 jours et informe sur les nouveautés respectives de chaque domaine. L'on suppose un rythme de parution d'au moins 20 numéros par an. Le nombre des nouvelles varie selon le domaine. Par domaine, il conviendra de transmettre au moins 3 à 5 messages d'actualité.

Il est possible de faire varier le rythme des nouvelles au sein d'un domaine. L'on peut ainsi envisager de subdiviser ainsi les nouvelles issues du domaine de l'orientation professionnelle, universitaire et de carrière: informations actuelles au sujet des développements aux plans national et des cantons, nouvelles publications du CSFO, informations de service, offres de perfectionnement et offres d'emplois, etc. peuvent paraître tous les 15 jours, alors que les communications du domaine de l'information et de la documentation, les annexes et les publications de l'OFFT peuvent paraître mensuellement. L'on part du principe que les annonces seront publiées dans chaque Newsletter si elles sont d'actualité, et que le rythme de parution est judicieux pour les utilisateurs et utilisatrices.

En plus des actualités, la Newsletter fournira des informations de fond. Cela peut être le domaine, par exemple, où les spécialistes de l'orientation professionnelle sont informés exactement sur les détails des nouveautés (p. ex. nouvelle ordonnance sur la profession xy) avec un lien renvoyant la vers la documentation électronique eDoc.

Ladite partie « Services » contiendra des annonces sur des manifestations, des publications et des offres de perfectionnement. Les nouvelles parutions du CSFO y auront aussi leur place. La Newsletter électronique contiendra une rubrique destinée aux informations des institutions et autorités compétentes et s'adressant aux spécialistes des domaines concernés: c'est ainsi que les spécialistes du domaine du marché du travail recevront, selon les besoins, des informations et des annonces du SECO et de l'AOST, alors que les autres spécialistes recevront des informations de leur propre domaine.

Les feuilles d'information de l'orientation professionnelle (feuilles vertes et roses), autrefois annexées au Bulletin, seront désormais disponibles par le biais de la Newsletter électronique. De la même façon, les informations des anciennes „Communications“ pour le domaine universitaire seront désormais également transmises par le biais de la Newsletter et sauvegardées dans les archives sur le site Internet.

Voyons ci-après un exemple du domaine de l'information et de la documentation de l'orientation professionnelle, universitaire et de carrière:

Par le biais de la Newsletter, l'on informe qu'un nouvel examen professionnel est projeté. Il est alors possible de cliquer sur cette brève annonce pour consulter le document d'information y relatif (cas échéant déjà avec une référence Swissdoc) contenant les détails sur la conception de l'examen, les adresses de contact, etc. et le lien vers la documentation électronique. Il est également possible d'imprimer ce document et de le classer dans la documentation imprimée (physique). Ce procédé constitue une modification sensible de la pratique usuelle qui demande plus de travail pour les spécialistes du domaine de l'information et de la documentation, puisqu'ils devront imprimer eux-mêmes toutes les feuilles d'information pour ladite documentation physique. L'avantage du nouveau système est l'orientation sur la documentation électronique et la disponibilité permanente des communications, tant par le biais de l'envoi par courrier électronique que par le biais des archives sur le site Internet de la Newsletter et du serveur de documentation IDES.

Conception du site Internet

En complément à la Newsletter adressée par courrier électronique, l'on pourra désormais consulter les nouvelles sur le site Internet. Celui-ci propose des articles de fond et des archives, mais aussi des informations de service telles qu'un calendrier des manifestations, des informations sur les nouvelles publications et des offres de perfectionnement avec un système Click and Book. Il est en outre approprié pour la publicité. Si besoin, l'on peut également envisager de créer un domaine protégé par mot de passe pour les spécialistes de chaque domaine. Il suffit d'y accéder par le site des nouvelles. Là aussi, les spécialistes de l'orientation universitaire peuvent accéder par un domaine protégé aux documents du ZID.

Le site Internet est raccordé par un lien à www.berufsberatung.ch, www.berufsbildung.ch et www.sdbb.ch (ou par le biais d'un sous-domaine de www.sdbb.ch). La mise en réseau avec de la documentation électronique est ainsi garantie.

Aperçu de la conception de la Newsletter électronique

Conception du domaine du marché du travail			
Média	Partie rédactionnelle/Service	Arrière-plan	Rubriques des institutions/Autorités
Courrier électronique Nouvelles du marché du travail	<p>Actualités: brèves annonces concernant les développements législatifs, économiques et politiques concernant le marché du travail aux plans national et des cantons</p> <p>Arrière-plan: Articles de fond des domaines du marché du travail, de l'assurance-chômage et de l'économie.</p> <p>Informations de service: Manifestations pour spécialistes, nouvelles publications, offres de perfectionnement pour spécialistes</p> <p>Offres d'emplois et annonces diverses</p> <p>Cas échéants, nouvelles personnelles („internes“) telles qu'éloges, prises de congé, etc.</p>	Articles de fonds en format PDF	Annonces de: SECO AOST Autorités cantonales du marché du travail
Site Internet Nouvelles du marché du travail	<p>Actualités: brèves annonces concernant les développements législatifs, économiques et politiques concernant le marché du travail aux plans national et des cantons</p> <p>Archives</p> <p>Informations de service: Manifestations pour spécialistes, nouvelles publications, offres de perfectionnement pour spécialistes avec possibilité de s'annoncer en ligne</p> <p>Publicité</p> <p>Cas échéants, nouvelles personnelles („internes“) telles qu'éloges, prises de congé, etc.</p> <p>Offres d'emplois et annonces diverses</p> <p>Liens externes vers la nouvelle revue spécialisée, des sites Internet de la formation professionnelle et de l'orientation professionnelle, SECO, AOST</p>	Articles de fonds en format PDF RSS-Feeds Blogs Podcasts	Annonces de: SECO AOST Autorités cantonales du marché du travail

CONCEPTION DU DOMAINE DE LA FORMATION PROFESSIONNELLE

Média	Partie rédactionnelle/Service	Arrière-plan	Rubriques des institutions/Autorités
<p>Courrier électronique Nouvelles de la formation professionnelle</p>	<p>Actualités: brèves annonces sur des développements et des projets de la formation professionnelle aux plans national et des cantons, et informations sur des décisions et des développements au niveau des cantons.</p> <p>Arrière-plan: Articles de fond à propos des brèves annonces.</p> <p>Informations de service: Manifestations dans les cantons, OFFT, OrTra, nouvelles études et publications sur les questions de formation professionnelle aux plans national et international, offres de perfectionnement pour spécialistes</p> <p>Cas échéants, nouvelles personnelles („internes“) telles qu'éloges, prises de congé, etc.</p> <p>Offres d'emplois et annonces diverses</p>	<p>Articles de fonds en format PDF</p>	<p>Annonces de: OFFT Offices cantonaux de la formation professionnelle CSFO CSFP</p>
<p>Site Internet Nouvelles de la formation professionnelle</p>	<p>Actualités: brèves annonces sur des développements et des projets de la formation professionnelle aux plans national et des cantons, et informations sur des décisions et des développements au niveau des cantons.</p> <p>Archives</p> <p>Informations de service: Manifestations dans les cantons, OFFT, OrTra, nouvelles études et publications sur les questions de formation professionnelle aux plans national et international, offres de perfectionnement pour spécialistes</p> <p>Publicité</p> <p>Cas échéants, nouvelles personnelles („internes“) telles qu'éloges, prises de congé, etc.</p> <p>Offres d'emplois et annonces diverses</p> <p>Liens externes vers la nouvelle</p>	<p>Articles de fonds en format PDF RSS-Feeds Blogs Podcasts</p>	<p>Annonces de: OFFT Offices cantonaux de la formation professionnelle CSFO CSFP</p>

	revue spécialisée, des sites Internet de la formation professionnelle et de l'orientation professionnelle, OFFT, CSFP etc.		
--	--	--	--

CONCEPTION DU DOMAINE DE L'ORIENTATION PROFESSIONNELLE, UNIVERSITAIRE ET DE CARRIERE

Média	Partie rédactionnelle/Service	Arrière-plan	Rubriques des institutions/Autorités
<p>Courrier électronique Nouvelles de l'orientation professionnelle, universitaire et de carrière</p>	<p>Actualités: brèves annonces sur les développements et les nouveaux projets dans le domaine de l'orientation professionnelle, universitaire et de carrière aux plans national et des cantons</p> <p>Arrière-plan: Communications du domaine de l'information et de la documentation, des annexes au Bulletin (informations sur les professions, jusqu'à présent feuilles d'information ASOSP et ASOU) ainsi qu'actes législatifs et publications OFFT, etc.</p> <p>Informations de service: Calendrier des manifestations pour spécialistes avec possibilité d'annonce en ligne</p> <p>Nouvelles publications du CSFO : domaine des médias, de l'orientation professionnelle, universitaire et de carrière</p> <p>Offres de perfectionnement pour spécialistes de l'orientation professionnelle, universitaire et de carrière (conseils, informations et documentation)</p> <p>Offres d'emplois et annonces diverses</p> <p>Cas échéants, nouvelles personnelles („internes“) telles qu'éloges, prises de congé, etc.</p>	<p>Articles de fonds en format PDF</p>	<p>Annonces de: CSFO/Cantons OFFT CDOPU</p>
<p>Site Internet Nouvelles de l'orientation professionnelle, universitaire et de carrière</p>	<p>Actualités: brèves annonces sur les développements et les nouveaux projets dans le domaine de l'orientation professionnelle, universitaire et de carrière aux plans national et des cantons</p> <p>Arrière-plan: Communications du domaine de l'information et de la documentation, des annexes au</p>	<p>Résumés de sujets SCOP importants tels que les statistiques en matière de formation, les entretiens à propos d'ouvrages, etc.</p> <p>Information et documentation électronique (PDF), informations sur les professions,</p>	<p>Annonces de: CSFO/Cantons OFFT CDOPU</p>

	<p>Bulletin (informations sur les professions, jusqu'à présent feuilles d'information ASOSP et ASOU) ainsi qu'actes législatifs et publications OFFT, etc.</p> <p>Informations de service: Calendrier des manifestations pour spécialistes avec possibilité d'annonce en ligne</p> <p>Nouvelles publications du CSFO : domaine des médias, de l'orientation professionnelle, universitaire et de carrière avec possibilité de commander</p> <p>Offres de perfectionnement pour spécialistes de l'orientation professionnelle, universitaire et de carrière (conseils, informations et documentation) avec possibilité d'annonce en ligne</p> <p>Offres d'emplois et annonces diverses</p> <p>Archives</p> <p>Publicité</p> <p>Liens externes vers la nouvelle revue spécialisée, le site Internet CSFO, la formation professionnelle et l'orientation professionnelle.</p> <p>Cas échéants, nouvelles personnelles („internes“) telles qu'éloges, prises de congé, etc.</p>	<p>perfectionnements, Hautes écoles, informations sur les études, brèves informations sur le classement dans le système de documentation</p> <p>Extranet: ZID</p>	
--	---	---	--

4.3.3 Revue spécialisée

La revue spécialisée constitue le contrepoids conceptionnel de la Newsletter rapide. Il est prévu une revue conjointe aux spécialistes des trois domaines.

L'essentiel sera constitué par des nouvelles et des faits importants sélectionnés, mais aussi par une réflexion approfondie sur un sujet et des échanges entre personnalités, etc. Elle doit permettre des débats controversés, offrir une plate-forme pour la formation d'opinions au plan national et enfin, un échange dans les trois domaines. La revue spécialisée doit être reconnue et devenir indispensable aux spécialistes, c'est-à-dire un „Must have“ pour les spécialistes des domaines du marché du travail, de la formation professionnelle et de l'orientation professionnelle, universitaire et de carrière.

En dehors d'articles de fond spécifiques aux domaines et au-delà même des domaines, la revue spécialisée doit contenir des colonnes, des rubriques et une partie „Services“. Hormis de brefs articles contenant des nouveautés importantes telles que des résumés de statistiques sur la formation, elle doit contenir des articles de une à deux pages, et aussi de plus longs occasionnellement. La partie « Services » sera consacrée à des recommandations d'ouvrages

pour les spécialistes, à des informations sur de nouveaux tests et des publications scientifiques ainsi que des informations régulières sur les nouvelles publications du CSFO.

La revue spécialisée et la Newsletter constituent des offres complémentaires, devant faire de préférence l'objet d'un abonnement conjoint. Toutefois, il doit être possible de s'abonner aussi individuellement à ces deux canaux d'information.

Le cahier paraîtra à l'avenir 10 fois par an avec un volume de 48 pages par édition et par langue. Ce rythme de parution élevé permettra de réagir rapidement à des débats d'actualité et de rendre compte de manière approfondie sur des développements. Cela peut entraîner une adaptation des prix des abonnements et aura des répercussions sur le mode de travail de la rédaction. L'augmentation du tirage ainsi que la combinaison de la Newsletter électronique et de la revue spécialisée se répercutent aussi positivement sur le volume des annonces.

Désormais, l'on produira des numéros avec des points forts spécifiques aux domaines et dépassant le cadre de ces domaines, L'on peut ainsi envisager que l'on traite du sujet de „l'égalité des chances“ au-delà d'un seul domaine, c'est-à-dire en laissant s'exprimer en même temps des spécialistes des trois domaines. Au contraire, il est aussi possible de publier des numéros spéciaux spécifiques à un seul domaine tel un cahier entier sur le dossier „Choix d'une profession“.

Un élément constant sera une rubrique permanente avec une partie „Services“. Cela permettra de tenir compte du besoin d'informations approfondies sur un seul sujet. Des cahiers spéciaux occasionnels doivent aussi être produits en collaboration ou sur mandats externes, par exemple de la part d'universités et présenter des comptes rendus de recherches ou de séminaires. Ces cahiers spéciaux seront produits hors du budget ordinaire et du cahier des charges, et représenteront un élargissement de l'offre possible des nouveaux médias spécialisés du CSFO.

Des annexes externes sous forme papier tels que prospectus publicitaires d'instituts de formation pourront être joints à la revue spécialisée. Elles seront distribuées de manière différenciée en fonction des groupes cibles et, le cas échéant, en fonction de sous-groupes, les groupes cibles recevant alors uniquement les annexes importantes pour leur domaine d'intérêts.

Aperçu de la conception de la revue spécialisée

Revue spécialisée sur le marché du travail, la formation professionnelle et l'orientation professionnelle, universitaire et de carrière
--

Média 10 numéros	Dossier	Rubriques permanentes	Éditions spéciales / Numéros spéciaux
Imprimés Arrière-plan et analyses journalistiques sur la formation professionnelle, la recherche en matière de formation professionnelle, la recherche psychologique pour les biographies et les carrières, l'orientation universitaire et professionnelle, les marchés du travail primaire et secondaire, l'application de la LACI, la recherche d'emplois et le placement	Un point fort par numéro avec un sujet largement présenté et un débat correspondant. Si possible, le sujet doit être traité en dépassant le cadre d'un seul domaine. Chaque domaine spécialisé bénéficie tous les ans au moins de trois éditions avec un point fort, avec davantage de sujets par domaine du fait du traitement dépassant le cadre d'un seul domaine.	Annonces brèves Articles de 1 à 2 pages Articles de fond de 4 pages ----- Article directeur de la rédaction Colonnes Rubriques Lettres de lecteurs Service: recommandations, entretiens sur des ouvrages, etc. Annexes externes	P. ex. comptes rendus de séminaires dans le domaine des hautes écoles, comptes rendus de recherches, etc.

		Publications du CSFO Impressum	
Site Internet	Archives Publicité Service d'abonnements Liens externes vers la nouvelle revue spécialisée, le site Internet CSFO, la formation professionnelle et l'orientation professionnelle.		

4.4 Standards de l'information

Les valeurs directrices suivantes doivent prescrire le standard. Les informations doivent être fiables, agréables à lire, actuelles, durables et ménager les ressources.

- **Fiables**
La fiabilité se distingue par une présence consistante et vraie. Derrière l'écrit doivent se trouver des humains, car seuls les personnes connues par les lecteurs donnent confiance. Ces personnes doivent être des spécialistes du domaine. Les médias spécialisés sont des médias d'auteurs, produits en étroite collaboration entre des spécialistes des médias et des experts du domaine concerné.
- **Agréables à lire**
« si quelque chose se lit sans effort, un grand effort a été nécessaire à son écriture » (Enrique Jardiel Poncela). Des textes doivent être constamment retravaillés. Ceci nécessite du temps – et des rédacteurs engagés et compétents.
- **Actuelles**
La réalisation nécessite un bon réseau, des processus simples, des collaborateurs engagés, des médias adaptés – et suffisamment de ressources.
- **Durables**
Les informations doivent être accessibles à long terme, les liens doivent être corrects même des années après leur publication. Ceci implique de disposer d'un bon serveur de documents exploité à long terme.
- **Ménager les ressources**
Les informations spécialisées sont coûteuses, tant au niveau personnel que financier. Le plus cher est le contenu, tandis que sa diffusion est devenue relativement bon marché grâce aux nouvelles techniques de composition et d'impression et évidemment de diffusion électronique. Le contenu doit ainsi être produit de manière ciblée et utilisé de manière variée. La solution pourrait être un système, qui permet l'utilisation multiple d'un contenu, par exemple un texte utilisé aussi bien dans une Newsletter pour spécialistes que dans une « lettre aux maîtres d'apprentissage » des cantons.

Pour pouvoir satisfaire à la mission de l'information, certains critères de qualité doivent être respectés:

- La production de l'information doit prendre en compte les coûts. Les éléments essentiels de l'activité de production et les tâches de la direction du projet comprennent les budgets différenciés, des contrats clairs, des processus simples et transparents ainsi que des contrôles financiers réguliers.
- Le principe de subsidiarité s'applique. L'on produit uniquement ce qui n'est pas déjà produit par des tiers. Des éventuelles synergies sont évaluées au préalable et des partenaires potentiels sont recherchés pour entrer en collaboration.
- L'information doit être facilement accessible aux groupes cibles.
- L'information doit être neutre sur le plan du sexe. Aussi bien les femmes que les hommes doivent être interpellés et se sentir concernés.
- L'information doit être correcte sur le plan professionnel, neutre, et adaptée au groupe cible. Toutes les unités d'information doivent être soigneusement recherchées et vérifiées par des spécialistes.
- L'information doit être actuelle et son actualité doit être vérifiée couramment. Lors de l'actualisation des médias l'on veillera à procéder de manière pragmatique et différenciée pour tenir compte des besoins des groupes cibles, des ressources financières et humaines ainsi que des aspects écologiques.

- L'information est adaptée au groupe cible. Elle tient compte des situations de départ et des besoins d'informations différents. Outre les informations spécifiques, elle offre des points de vue sous une forme adaptée, par ex. portraits journalistiques, interviews, reportages etc. Un bon mélange de texte, d'images, de son, respectivement de médias électroniques, audiovisuels et de presse rend la palette des médias spécialisés attractive et variée.
- Les médias font preuve d'une qualité élevée dans la mise en œuvre (photos, mise en page, utilisation de couleurs, animations etc.).

4.5 Réalisation par étapes

Le présent plan d'exploitation des médias spécialisés constitue la base de la mise en œuvre. Pour cela, dès l'automne 2008, une équipe de projet composée du rédacteur en chef / de la rédactrice en chef, du chef de département ou des chefs de secteurs du CSFO et d'autres spécialistes idoines des domaines respectifs doivent concevoir la planification détaillée et la mise en place des médias ainsi que procéder par étapes à la mise en œuvre. Le nouveau système pour les médias spécialisés doit être introduit pour le mois de janvier 2009.

Les spécialistes seront informés des nouveautés dans les meilleurs délais. Les nouvelles formes et les nouveaux contenus seront évalués au cours de l'année 2009 et adaptés si besoin.

4.6 Organisation de la rédaction spécialisée

Une „rédaction des médias spécialisés“ centrale comprenant les personnes compétentes pour les contenus, les langues et les formats sera responsable de la production. La rédaction en chef, et donc le pilotage, ressortit au CSFO. Le mandat détaillé, le mode de travail, l'intégration dans les structures du CSFO ainsi que la collaboration avec les partenaires participants de la Confédération et des cantons seront fixés dans les statuts de la rédaction.

Concernant la future structuration des médias spécialisés du CSFO, nous soumettons les formes de rédaction suivantes au débat:

- Le pilotage ressortit au CSFO. Le rôle et les possibilités de contenus des institutions participant à l'édition et au financement (SECO, OFFT, SRFP, Cantons) restent à définir.
- L'équipe sera dirigée par un **rédacteur en chef** ou une **rédactrice en chef** avec le soutien d'un secrétariat.
- Une équipe de spécialistes, dont le nombre reste à définir, sera compétent pour le **contenu**. Leur nombre dépend des compétences linguistiques et professionnelles de chaque collaborateur et collaboratrice. Si une personne est bilingue, elle peut couvrir son domaine dans les deux régions linguistiques. En conséquence, l'on a besoin d'un spécialiste par domaine dans la langue correspondante. Ces spécialistes sont responsable du contenu complet dans leur domaine respectif (Newsletter, Imprimés, Site Internet). Ils encadrent un réseau correspondant et rédigent les manuscrits.
- D'autres spécialistes sont compétents pour la **production**, et assument donc la responsabilité d'une présentation adéquate des contenus en fonction du média.
- La présentation du contenu desdits points forts dans les cahiers correspondants (cf. „Dossiers“ dans la revue Panorama actuelle) sera confiée à des tiers.

Une telle répartition des tâches requiert les compétences suivantes:

- Rédacteur en chef / Rédactrice en chef

Personne au bénéfice de plusieurs années d'expérience dans le domaine des médias spécialisés (ni quotidiens ni hebdomadaires).

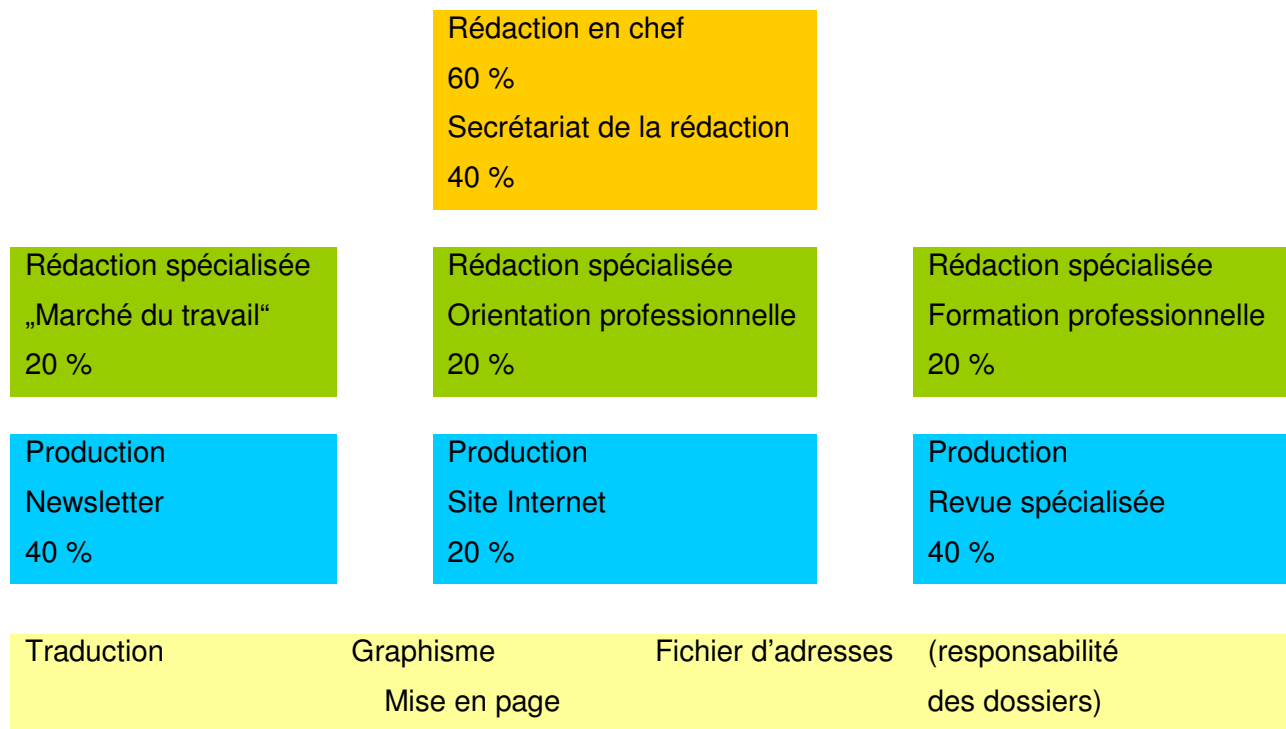
- Rédacteurs spécialisés / Rédactrices spécialisées
Personnes avec passé professionnel (formation professionnelle, orientation professionnelle, universitaire et de carrière), savoir-faire journalistique et un bon réseau.
- Producteurs/Productrices
Indépendamment du média qui leur est confié, ces personnes doivent avoir acquis de l'expérience dans l'impression, le journalisme de nouvelles et les médias en ligne.

Cette équipe sera complétée par des spécialistes des domaines suivants :

- Traduction, relecture
- Photographies et illustrations
- Mise en page et graphisme
- Impression, expédition
- Comptabilité

Cela peut être certes des collaborateurs et collaboratrices du CSFO, mais ces fonctions peuvent aussi confiées à des externes. L'important est qu'il existe une relation étroite (temporelle, spatiale) avec l'équipe. Les acquisseurs, au moins, doivent participer périodiquement aux séances de l'équipe. Ils sont tous responsables de la réussite de leurs activités vis-à-vis de la direction de l'équipe.

4.6.1 Organigramme de la rédaction spécialisée du CSFO



La proposition suivante définit les fonctions. L'on peut envisager qu'une personne assume plusieurs fonctions, par exemple celle de rédacteur/rédactrice en chef et de rédacteur spécialisé/rédactrice spécialisée ou encore le secrétariat de la rédaction et la compétence pour le site Internet.

Tâches des personnes compétentes:

Rédacteur / Rédactrice en chef

- Représentation vis-à-vis de la maison d'édition et de tiers
- Planification, pilotage et perfectionnement du système
- Budgétisation, gestion budgétaire, responsabilité des finances, dans la mesure où cela concerne la rédaction
- Direction des séances de la rédaction; décision concernant le choix des sujets et des annonces
- Fixation des sujets de dossiers de la revue spécialisée, suivi des dossiers produits par des tiers. Collaboration avec les rédactions spécialisées et les tiers, qui assument la responsabilité d'un dossier.
- Trouver des auteurs et autrices, les instruire

- Garantir, le respect des délais, le respect des instructions quant au contenu des articles, l'intégralité concernant la conception et le contenu, l'exactitude des traductions sur le plan de la matière
- Donner le bon à tirer pour la revue spécialisée
- Libérer la publication de la Newsletter
- Négocier, clarifier, déterminer quelles annexes doivent être jointes aux diverses variantes de la Newsletter et de la revue spécialisée
- Collaborer à la promotion des abonnements et des annonces
- Organiser des manifestations pour les lecteurs
- Attributions: secrétariat de la rédaction, gestion des fichiers d'adresses, contrôle des abonnements
- [participation aux séances de l'organe de surveillance]

Rédacteurs spécialisés / Rédactrices spécialisées

- Représentation du domaine respectif au sein de la rédaction
- Mise en place et entretien d'un réseau de contacts
- Traitement linguistique des annonces
- Sélection des annonces pour chaque édition de la Newsletter
- Participation aux séances de la rédaction
- Responsabilité du domaine spécialisé attribué pour la revue (5 pages par numéro)
- Production d'annonces pour la Newsletter
- Acquisition et rédaction de documents complémentaires pour le domaine attribué
- Soutien de la publicité
- Collaboration à la promotion des abonnements et des annonces
- Production de dossiers (avec temps supplémentaire)

Production

Newsletter: Préparation d'offres supplémentaires pour le site Internet

- (libérer l'expédition)
- (confirmer les annonces, facturer)

Site Internet: Garantir la mise en ligne

- Mettre à jour les informations
- Coordonner avec les départements apparentés (médias en ligne, documentation)

Revue spécialisée:

- Imposer certains standards, p. ex. concernant la mise en place de références d'ouvrages
- Réaliser ou assurer la relecture des traductions

- Préparer des offres supplémentaires pour le site Internet

Secrétariat de la rédaction

- Assurer la communication entre tous les participants
- Organiser des séances, consigner les résultats

Gestion des adresses

En supposant un regroupement avec le service des abonnements:

- enregistrer et confirmer les annonces et les résiliations (en majeure partie par voie électronique)
- mettre à disposition les adresses pour l'expédition des diverses variantes de médias
- mettre à disposition les données pour la facturation des abonnements
- évaluer les retours d'expédition (revue), resp. les annonces de renvoi (Newsletter)
- collaborer à la promotion des abonnements et des annonces

Fonctions supplémentaires (mandats)

Traduction

- Traduction jusqu'à 40 pages en peu de jours d-f / f-d
- Discussion avec les relecteurs
- Traitement linguistique des textes des auteurs et autrices

Graphisme / Mise en page

Conception des deux cahiers compte tenu des conditions-cadre suivantes: en règle générale, les graphiques doivent être refaits, la plupart sur la base d'Excel-Sheets. 90% des textes sont des traductions avec une structure et des illustrations identiques. La longueur des traductions ne doit pas excéder de 10% celle du texte original. Le nombre des annonces varie sensiblement, p. ex. 1 page dans la version française, mais 5 pages dans la version allemande. La base est un concept avec des masques et des styles définis devant être adaptés régulièrement.

4.7 Conditions de production

4.7.1 Corporate Identity(CI) et corporate design(CD)

Le « corporate identity » représente l'ensemble des caractéristiques d'une entreprise ou d'une organisation. Il est important pour l'identification et la reconnaissance de l'entreprise, ou dans le cas présent, des médias spécialisés. L'on entend par « corporate design » l'identité visuelle qui, en tant qu'aspect extérieur, fait partie du corporate identity.

Le corporate identity se définit par son apparence : choix des graphismes, du style des illustrations et photographies, de la mise en page, du style, grandeurs et couleurs des polices utilisées, de la conceptions et apparence des médias électroniques et imprimées. Combinée avec le corporate design, il transmet une image et laisse apparaître les particularités du moyen d'information et de l'entreprise ou de l'organisation qui le produit. Le corporate design doit avoir un effet de reconnaissance et de familiarité avec le média.

Il est conseillé d'avoir une identité visuelle unifiée, fraîche et moderne pour tous les médias et sites internet faisant partie de la palette des médias spécialisés. Ils doivent être reconnaissables en tant que produits individuels, tout en s'intégrant parfaitement dans la ligne des produits du CSFO. Concernant l'aspect visuel, il serait approprié de choisir une voie innovante qui se distancie clairement des médias existants. Il est ainsi important de choisir un nom ou un graphisme pour la Newsletter qui ne soit pas apparenté à la précédente. La Newsletter doit apparaître en tant que nouveau produit et ne doit pas être considérée comme un élargissement d'ActualitésFPr avec connotation à l'OFFT. La revue spécialisée doit elle aussi apparaître sous dans un nouvel habillage. Quadrichromie, nouvelle mise en page et collaboration avec un atelier de graphisme innovant peuvent contribuer à la construction d'une image de marque sérieuse, établie mais aussi moderne et plaisante pour tous les groupes d'âges.

4.7.2 Marketing

Lors de la phase d'introduction du nouveau système des médias spécialisés du CSFO, certaines mesures de marketing seront indispensables. Elles entraîneront certains investissements et rendent nécessaire l'élaboration d'un concept de marketing. Ces coûts sont mentionnés dans le budget estimé au chapitre 5. Il faut élaborer un corporate identity et corporate design et prendre des mesures de marketing ciblées. L'organisation et la réalisation de ces mesures, les spécialistes impliquées et le budget seront définis par la direction de la deuxième étape du projet.

4.7.3 Dénomination

La dénomination sera également définie au cours de la deuxième étape du projet. Il est conseillé de choisir un nom pour la Newsletter, qui se distancie clairement de l'ancienne. Le nom actuel a été choisi pour son lien avec la formation professionnelle et est souvent confondu avec le BBT aktuell. Le nouveau nom doit interpeller les spécialistes des trois domaines et illustrer un nouveau produit au contenu large. La revue spécialisée PANORAMA s'adresse déjà aux trois groupes cibles, est reconnue et bien acceptée. Il est envisageable de garder ce nom pour la nouvelle revue.

5 Finances

Le financement doit être planifié en fonction de la future stratégie du projet de nouveaux médias spécialisés.

Ci-dessous, vous trouvez une liste des coûts et recettes se basant sur 10 parutions de la revue spécialisée de l'envoi de la Newsletter au rythme bimensuel. Cette estimation des coûts peut servir de base pour le développement futur et doit être pris en compte en tant qu'hypothèse de travail. Elle a été réalisée en collaboration avec les responsables des rédactions, éditions, impressions et distributions des médias existants.

Budget estimé du projet médias spécialisés CSFO

Basé sur l'offre de Weber AG selon

DEVIS DE RÉALISATION D'UNE REVUE SPECIALISÉE ANNEE 2009

10 X 48 PAGES D/F PAR ANNÉE, INVESTISSEMENT TVA exclue.

COUTS

Rédaction

Rédaction en chef	60%	90'000.—
Secrétariat de rédaction	40%	60'000.—
Rédaction spécialisée marché du travail/orientation/ formation prof. avec taux de travail de 20% chacun, total	60%	90'000.—
Rédaction photo revue spécialisée/Newsletter		30'000.—
Production Newsletter, web et revue spécialisée,	100%	150'000.—
Dossier-rédaction spéc., budget d'honoraires externes		50'000.—
Frais divers		10'000.—
Sous-total:		480'000.—

Production / administration / distribution revue spécialisée:

Traductions	150'000.—
Acquisition, traitement, encaissement d'annonces	50'000.—
Réalisation revue spécialisée	144'000.—
Impression	138'000.—
Administration/distribution de la Newsletter électronique	40'000.—
Abonnés/adresses	40'000.—
Envois/frais de port	20'000.—

Documentations et certification REMP

Coûts par année pour impressions	5'800.—
----------------------------------	---------

Traitement des documents nécessaires			2'000.—
--------------------------------------	--	--	---------

Sous-total 2			589'800.—
---------------------	--	--	------------------

Total des coûts annuels récurrents			1'069'800.—
---	--	--	--------------------

REVENUS TVA exclue.

Abonnés revue spécialisée & Newsletter

(Sans Garantie de Weber AG Verlag)

900 abonnés à Fr. 158.—	Fr.	142'200.—	
-------------------------	-----	-----------	--

1'200 abonnés SECO à Fr. ?.— (jusqu'à présent)	Fr.	105'000.—	
--	-----	-----------	--

300 abonnés SGAB 50% Fr. 79.—	Fr.	23'700.—	Fr. 270'900.—
-------------------------------	-----	----------	---------------

Annonces

(Avec Garantie de Weber AG Verlag)

10 éditions à Fr. 15'000.— de revenu

(Correspond au quadruple des revenus

d'annonces par rapport aux médias existants)	Fr.	150'000.—	
--	-----	-----------	--

20 annexes à Fr. 2'500.—	Fr.	50'000.—	
--------------------------	-----	----------	--

Banderoles publicitaires etc. site web	Fr.	30'000.—	Fr. 230'000.—
--	-----	----------	---------------

Budget CSFO			Fr. 350'000.—
-------------	--	--	---------------

Total des revenus annuels récurrents			Fr. 850'900.—
---	--	--	----------------------

Total des coûts annuels récurrents			Fr. 1'069'800.—
---	--	--	------------------------

<u>Déficit prévu, env.</u>			Fr. 220'000.—
-----------------------------------	--	--	----------------------

Frais uniques

Apparence/nom de la nouvelle revue/du site web/Newsletter			25'000.—
---	--	--	----------

Réalisation du graphisme			20'000.—
--------------------------	--	--	----------

Concept / budget marketing			40'000.—
----------------------------	--	--	----------

Budget de communication			15'000.—
-------------------------	--	--	----------

Total Frais uniques			100'000.—
----------------------------	--	--	------------------

6 Sources

Les clarifications et documents de base suivant constituent le fondement du plan d'exploitation :

- Amos, J.; Biland, G.; Fleischmann, D.; Stauer, H.; Wettstein, E. (2006). Weiterentwicklung der Fachmedien für Berufsberatung und -bildung. Grundsätzliche Überlegungen.
- Stauer, H. (2007). Fachmedien für Berufsbildung, Berufs-, Studien- und Laufbahnberatung: Grobkonzept und Empfehlungen zur Weiterbearbeitung. Grundlagenpapier SDBB.
- Sondage sur l'utilisation des médias dans l'orientation professionnelle et universitaire, réalisé à la demande du groupe PIM (aujourd'hui orientation.ch) (2003). www.vum.ch/PIM/Project/Etape1/Module/Newsdienst.html [Etat 01. 07. 2008]
- Clarifications en rapport avec le développement de la revue PANORAMA, réalisé sur mandat de l'éditeur
- Evaluation externe de ActualitésFPr, Fachhochschule Nordwestschweiz, à la demande de l'OFFT (2005). <http://www.afpr.ch/pdf/afpr3496.pdf> [Etat 01. 07. 2008]
- Concept d'information de l'ASOU (2004).
- Concept d'information des éditions de l'ASOSP (2005), ASOSP, Dübendorf.

Sources de l'analyse SWOT:

- Baumann, S.; Brändli, J. (2006). Erfolgsfaktoren für Strategic Public Management (SPM) am Praxisbeispiel der Direktion für Bildung, Soziales und Sport der Stadt Bern. Unveröffentlichte Masterarbeit Universität Bern, Bern.
- www.wissen.sfg.at [Etat 01. 07. 2008]
- www.wikipedia.ch [Etat 01. 07. 2008]

Annexes

Annexe 1: Composition des groupes de travail

Groupe de projet

Ballenegger Christian, CSFO

Berthod Damien, commission spécialisée Information + Editions

Göggel Monika, CSFO

Fleischmann Daniel, rédacteur actualitésFPr, PANORAMA

Keller Beatrice, CSFO

Knutti Peter, CSFO

Moser Viktor, rédacteur PANORAMA

Stauer Heinz, CSFO

Wettstein Emil, rédacteur en chef actualitésFPr, PANORAMA

Groupe d'accompagnement

Arrigoni Gisela, Canton Tessin

Duttweiler Dani, OFFT, groupe de pilotage bba-afpr

Epprecht Curdin, éditeur PANORAMA

Galliker Robert, CDIP, groupe de pilotage bba-afpr

Giezendanner Emil, ASOSP

Robert Geneviève, SECO

Rohrbach Michel, Centre d'information et de documentation IDEs

Romanutti Chester, CSFO

Weber Annette, éditeur PANORAMA, Weber AG

Wenger Beat, Folio B-CH

Direction du projet

Knutti Peter, CSFO

Externe

Hübscher Bettina, collaboration au projet

Annexe 2 : Planification temporelle du projet MOBILE

Réaliser un plan d'exploitation pour les médias spécialisés CSFO

Etat au 1^{er} juillet 2008

Date	Activité
29 octobre 2007	Workshop avec des experts et spécialistes externes.
Janvier et février 2008	Ajout du chapitre 2 par Heinz Staufer, Emil Wettstein et Beatrice Keller. Discussion avec Viktor Moser.
25 février 2008	Séance avec Mme Weber, Weber Verlag. Echanges, informations sur le processus, point de vue éditions PANORAMA.
28 février 2008	Workshop avec le groupe de projet. Thèmes: Forces/faiblesses, chances/risques (chap. 4 et 5) Suite des travaux 2 ^{ème} partie. Remaniement de la 1 ^{ère} partie
Mars 2008	Entretiens Peter Knutti avec Dani Duttweiler (OFFT), Mme Robert (SECO), Beat Wenger, Robert Galliker (10.3.) Information sur le déroulement du projet Chester Romanutti et Jean Paul Jacquod.
Jusqu'au 23 mars 2008	Envoi de la première ébauche de la 2 ^{ème} partie du plan d'exploitation au groupe de projet.
27 mars 2008	Workshop avec groupe de projet. Direction à prendre de l'ensemble du projet et des médias individuels. Préparation de la 2 ^{ème} partie du plan d'exploitation.
22 avril 2008	Troisième séance avec le groupe de projet. Discussion à propos de la première ébauche de la 2 ^{ème} partie. Remaniement.
15 mai 2008	Présentation de l'ensemble du plan d'exploitation au groupe d'accompagnement.
23 mai 2008	4 ^{ème} séance du groupe de projet. Discussion de la 2 ^{ème} version de la 2 ^{ème} partie de plan d'exploitation.
Jusqu'au 10 juin 2008	Terminer le plan d'exploitation, le remettre à la direction du CSFO.
24 juin 2008	Séance de la commission spécialisée Information et Editions CSFO. Présentation de l'ensemble du plan d'exploitation ; discussion du modèle de réalisation.
28 août 2008	Séance du conseil de surveillance CSFO. Présentation de l'ensemble du plan d'exploitation. Eventuelle discussion les modèles de financement basé sur la prise de position de la commission spécialisée Information + Edition du CSFO. Deuxième phase du projet: planification de la phase préparatoire 2008, lancement du nouveau système médias spécialisés 2009, implémentation progressive 2009- 2010.